

A HÍRKÉSZÍTÉS FOLYAMATA

PACH FERENC

A HÍREK SZÜLETÉSE

1. Ki dönti el, hogy miből lesz hír?

Miből lesz a hír? – teszik fel gyakran a kérdést különböző fórumokon. Majd ezt követi a – politikailag olyannyira megosztott világunkban gyanakvó pillantással kísért – másik felvetés: Ki dönti el, hogy miből lesz hír, és milyen alapon?

Abból lesz hír, amiről mi úgy gondoljuk, hogy hírértékű – hangzik az elsőre talán cinikusnak tűnő válasz. Az ország legnagyobb hírgyárában, a több mint 125 éve alapított, azóta is az akkori hírközlési viszonyokat jelölő *Magyar Távirati Iroda* (MTI) nevet viselő nemzeti hírügynökségben azonban nem szubjektív beállítódások alapján, kényük-kedvük szerint döntenek a szerkesztők, hanem az intézményben felhalmozott szellemi tőkére, szerteágazó tudásra, gazdag tapasztalatra építve. Az igények és a feltételek, no meg a felhalmozott ismeretanyag a nemzeti hírügynökségről szóló törvényben és számos belső dokumentumban, szabályzatban ölt testet. A fejekben megőrződő és a szájhagyomány útján is terjedő ismeret, tapasztalat folyamatosan gazdagodik az állandó műhelymunkában, hiszen számunkra nincs két egyforma nap, az ismétlődő események is mások az idén, mint amilyenek egy évvel ezelőtt voltak. Ismereteink folyamatos karbantartására, kontrollálására azért is szükségünk van, mert mintegy 180 újságíró napi munkáját kell tervezni, szervezni, összehangolni. A megbízhatóság, a hitelesség, a pártatlanság és a gyorsaság azok a legfőbb értékek, amelyekre az MTI nagyon büszke, és amelyeket a jövőben is meg akarunk őrizni a tevékenységet irányító vezérlő elvekként.

2. Hírügynökség és az internet

Az említett erények csorbítatlan fennmaradása különösen fontos a mai körülmények között, amikor – némi túlzással – bárki nevezheti magát hír-

ügynökségnek. Elég egy internetes kapcsolattal rendelkező számítógép, meg egy céghírósági bejegyzés és indulhat a hírek, információk terjesztése. Aki megbízhatóan, gyorsan akar tájékozódni, mégsem ilyen forrásokra hagyatkozik.

A hírkínálat teljes spektrumát (a politikától a kultúrán és a gazdaságon át a sportig) nyújtó hagyományos hírügynökségek az egész világon keresik a helyüket és bizonyítják életképességüket az internet korában. Bár a világhálón minden megtalálható és szinte minden ingyenesen hozzáférhető, aki nem tudja pontosan, hogy mit akar keresni és hol kell megtalálnia, annak sok időt kell áldoznia a modern keresőprogramok ellenére is. A hírügynökségek megbízható, ellenőrzött információkat továbbítanak és rendszerezetten. Az előfizetőnek nem a szénakazalban kell kutakodnia. A hírügynökségi megújulás egyik fontos területe, hogy mindenkinek testreszabott szolgáltatást igyekszünk nyújtani. Az MTI teljes napi termését – ami 550–600 szöveges hírt és több mint 200 sajtófotót jelent – csak a legnagyobb felhasználók kapják, sokan kevesebbel is beérik, míg mások csak bizonyos témájú hírekre (nemzetközi biztonság, pénzügyi információk, kulturális élet, egészségügyi hírek stb.) fizetnek elő. Magukat az információkat is többféle tálalásban szolgáltatják a hírügynökségek. Van, akinek elég az alapinformáció, mások kérnek hátteret, kronológiákat, sőt elemzéseket is.

3. Válogassunk az események között!

A szakmai alapelvek, a hírügynökségi feladatok számbavétele után térjünk vissza az alapkérdéshez, és nézzük végig a hírkészítés gyakorlati folyamatát. Az MTI meghívók százait kapja naponta és ezekből áll össze, az úgynevezett tükör, amely napokra lebontva tartalmazza a politikai, kulturális, gazdasági és sportélet sajtó számára nyilvános eseményeit. Előfizetőink minden este hat óra után kapják meg a következő napi tükröt, amelyben egyben tájékoztatjuk őket, hogy melyekről tudósít (szövegben, fotóban) az MTI. Szerkesztőink a tükör közreadása előtt hozzák meg az első döntést arról, hogy miből lesz hír, hiszen ekkor döntenek arról, hogy a tükröben olvasható több mint 200 program közül melyikről tudósítunk és melyikről nem. (A nap fontos eseményeire természetesen külön is készülünk, tisztázzuk, hogy mihez írunk hátteret, mire kérünk reagálásokat stb.). A következő fázis, amikor az eseményről megérkezik a tudósítás és a szerkesztő eldönti, hogy kiadja-e, milyen terjedelemben, milyen leaddel, milyen további információkat, kiegészítéseket kér hozzá stb. Sajnos az egész magyar sajtó – természetesen magunkat is beleértve – nagy baja, hogy túlságosan eseménycentrikus és nem témákkal, ügyekkel foglalkozik. A politikai pártok és a komoly kommunikációs csapatokat foglalkoztató cégek kiválóan értenek ahhoz, hogy sajtóese-

ményeket kreáljanak, mi újságírók pedig futunk az események után, s a valódi ügyek félbe maradnak, elsikkadnak. A közéletünk és ezen belül szakmánk gyenge színvonalát mutatja, hogy ha egy adott napon a lapoktól a rádiókon és televíziókon át az internetes portálokig megnézzük a hírtermést, elfogadhatatlanul kevés olyan információt találunk, amit nem maga a közlő akart nyilvánosságra hozni. Ennek egyik oka, hogy még a kreált sajtóeseményeket sem használjuk ki, nagyon sok sajtótájékoztató ér úgy véget, hogy a politikus, üzletember tájékoztatója után egyetlen érdemi kérdés sem hangzik el.

4. A lopott hírnél nincs olcsóbb!

Érdemi változás nem is várható addig, amíg a magyar médiapiacra nagyon korlátozottan érvényesül a hírverseny. A nézettségi – hallgatottsági – látogatottsági adatok és az ehhez kapcsolódó hirdetési bevételek mindent felülírnak, az adott médiumban megjelenő hírek frissessége, pontossága gyakran alig számít. Minden következmény nélkül működhetnek úgy különböző rádiók, hogy az Országos Rádió- és Televíziós Testülettel (ORTT) kötött szerződésük alapján kötelező híradásaikat „másodlagos frissességű” információkkal töltik ki. A reggeli lapokban olvasott – azaz előző napi – információkat, különböző internetes portálokról lelopott történeteket olvasnak be hírként – mindezt hivatalos tárgyalásokon azzal indokolva: minket nem a hírekért hallgatnak. Vagy „az olcsóság mindenekelőtt” jelszó jegyében nyilvánvalóan másoktól lopott hírekkel házaló „álhírügynökségektől” vásárolnak szolgáltatást. A magyar médiapiacra a megbízható, gyors hírszolgáltatásnak nincs meg a kellő becsülete, mert nagyon kevés azon szereplők száma, amelyek fontosnak tekintik a hírversenyt. Mi igyekszünk komolyan venni és ehhez 24 órás szolgáltatást nyújtunk. A merítés is széleskörű, hiszen az ország minden megyéjére kiterjedő belföldi tudósítói és fotóriporter hálózatot működtetünk – az országban egyedülként. Az anyagi kényszerrek miatt már jelentősen megcsappant, de még mindig több mint egy tucat európai országban (szomszédos országokban és Magyarország fontos politikai és gazdasági partnereinél) és Washingtonban dolgoznak tudósítóink, akik elsősorban a magyar szempontból fontos, érdekes történetekről számolnak be, ügyeknek járnak utána. A világ egyéb részeinek történeteiről a partner hírügynökség szolgáltatja az információt.

5. Alkalmazkodás a változó piachoz

A hírek válogatásánál az MTI-nek egyrészt tekintetbe kell vennie, hogy nagyon sokrétű előfizetői igényt kell kielégítenie, másrészt, hogy egy folya-

matosan változó piac igényeihez kell alkalmazkodnia. Bár a technikai megoldások lehetővé teszik a hírek már említett testreszabását, a hírek gyűjtésénél és feldolgozásánál a szerkesztőnek sokféle igényt kell fejben tartania. Hiszen nagyon mást gondol a hírekről az óránként híreket mondó közszolgálati rádió, az esti híradókra összpontosító közszolgálati, illetve kereskedelmi televíziók, a „*fast food*” híreket fogyasztó kisebb elektronikus médiumok, a hírek háttérére és előzményére, terjedelmesebb tudósításokra is igényt tartó országos politikai és megyei napilapok, a folyamatosan frissülő internetes portálok, hogy csak a média előfizetőket vegyük számba. De fontos hírfigyasztoók a minisztériumok és közintézmények csakúgy, mint a különböző kulturális és tudományos intézetek, vagy a gazdasági élet fontos szereplői.

A médiavilágra általánosan jellemző bulvárosodást is nyilvánvalóan tekintetbe kell venni a hírek válogatásánál. A hírügynökség esetében azonban ez semmiképpen sem jelenti azt, hogy a megbízhatóságból, a gyorsaságból engedni kellene. A bulvárosodás módosuló, gazdagodó témaválasztékot jelent, ám ugyanúgy ellenőrzött forrásból származnak ezek az információk is, amelyeket pártatlanul, korrekt módon dolgoz fel és terjeszt a hírszolgáltató.

6. Lépünk kapcsolatba az utca emberével!

Mindezek mellett a nemzetközi tendenciák azt mutatják, hogy a hírügynökség, amely korábban csak gyártó és nagykereskedő volt a hírek piacán, az utóbbi időben – az internetes technológiának köszönhetően – egyre gyakrabban kiskereskedőként is megjelenik. Így az MTI is manapság számos olyan szolgáltatást kínál, amit a szöveges és képi információk iránt érdeklődő magánszemélyek is igénybe vehetnek. Az elektronikus médiumok mintáját követve, kicsit más formában ugyan, de a hírügynökségi piacon is megjelent az interaktivitás: világhírügynökségek, nemzeti hírirodák fogadják, sőt várják az utca emberének információit, digitális fotóit.